

Detta är ett manuskript. Det redigerade kapitlet innehåller smärre förändringar. Boken köps via <http://www.timbro.se/bokhandel/books.asp?isbn=9175665931>

Public Service, dess historia och eventuella framtid

I slutet på 1800-talet var majoriteten av världens befolkning lågutbildad. Det existerade ingen masskommunikation i form av radio eller television. Än mindre något Public Service. Hur kommer det sig att människan utvecklat just dessa kommunikationsverktyg? Svaret hittar vi genom en historisk tillbakablick. På vägen skapar vi ett värdefullt underlag för att kreativt konversera kring vad samhället behöver framöver. Ungefär som en välutbildad elit makthavare gjorde på ett insiktsfullt sätt för knappt 100 år sedan. Men framförallt vill jag visa att begreppet och idén om Public Service skapats i en tid som var fundamentalt annorlunda än det informationssamhälle vi nu lever i.

Makt och medier

Radio och TV kan ses som ett unikt sätt att packa information och via etern sprida den över långa avstånd till en stor publik. Det speciella är framförallt den mediala formen, eftersom ljud och rörliga bilder är naturligare för människan än exempelvis det tryckta ordet.

Information har alltid varit intimt förknippat med makt. Maktaspekten är central i ekonomisk teori. Vilket framgår när vinnarna av Sveriges Riksbanks pris i ekonomisk vetenskap till Alfred Nobels minne år 2001 belönades för ”deras analys av marknader med asymmetrisk information”. Aktörer på ena sidan av marknaden har bättre information än de på den andra. Hur detta informationsövertag hanteras påverkar marknaden

På ett liknande sätt är det viktigt för en nation att medborgarna har tillgång till relevant information när det gäller allt ifrån vad dom styrande värderar till hur andra länder agerar. Ideologiskt brukar vi ofta säga att makthavare i diktaturer gör allt för att kontrollera landets medier. Och att i demokratiska samhällen skall medborgarna vara välutbildade och ordet samt dess förmedling vara fritt. Fast inte helt fritt, för i så fall skulle vi enligt historien inte ha någon Public Service.

Radioteknologins utveckling

Redan för tusentals år sedan började människan utveckla olika teknologier för att flytta information över tid och rum. I kronologisk ordning handlar det om uppfinningar som alfabet, pennor, böcker, tidningar, fonografskivor, rundradio, television, datafiler, Internet och CD:n. Vi kallar de senare formerna för medier.

Först i slutet på 1890-talet uppfanns radiotekniken i form av trådlös telegrafi mellan två punkter. Starkt pådrivande var både militära och kommersiella intressen. Man ville exempelvis kommunicera med fartyg till sjöss. Inledningsvis handlade radio om telegrafi, det vill säga ett tvåvägs morsesignalerande som hanterades av utbildade telegrafister. Men det tog inte lång tid innan man kunde börja sända tal och musik som alla kunde höra och förstå.

Radiotekniken utvecklades inledningsvis av enskilda innovatörer i större delen av västvärlden. Många av dem bildade också bolag för att exploatera möjligheterna som skulle följa. Dessutom fanns det massor av amatörer som sände och lyssnade på det som den nyupptäckta etern då förmedlade. En detalj var att allt var ”live”, det vill säga det fanns i princip inga inspelningsmöjligheter. Så det handlade mest om att flytta informationen över rummet, inte tiden.

Efter ett tag växte det fram tankar om att också utnyttja radio för masskommunikation. Mycket talar för att huvudidén väcktes av kommersiella entreprenörer. I ”broadcasting”, som i Sverige kom att kallas rundradio, var principen att en sändare sprider signaler över etern till många mottagare. Rent tekniskt tänkte man alltså om från kombinerade sändar/mottagar-

apparater, till relativt få men starka sändare och massor av billiga radioapparater som bara kunde ta emot. Med andra ord formades här föreställningen att radio, och senare TV, primärt handlade om masskommunikation.

Redan på 1920-talet hade USA, Storbritannien och Sverige på allvar börjat med rundradio. Naturligtvis var många andra länder med på tåget. Men jag väljer här att fokusera beskrivningen på dom nationer som anses påverkat den svenska utvecklingen mest.

På flera sätt var den nya rundradion ett demokratiskt medium. För det första kunde alla ta emot det som skickades ut. Och i teorin skulle alla kunna sända. Ganska snabbt uppenbarade sig två centrala utmaningar. För det första var det dyrt och tekniskt komplicerat att producera programmen och framförallt sända rundradio till en bred publik. Samtidigt var det omöjligt att kontrollera och/eller ta betalt för själva lyssnandet.

Det andra stora problemet var begränsningar i etern. Det gick inte att ha mer än ett fåtal sändningskanaler över en viss geografisk yta. Dessutom stannar inte signalerna vid landets gräns, utan tenderar att nå mer eller mindre långt. Här låg problemet framförallt i att varje land ansågs äga sitt eget luftrum, inklusive den eter som så att säga bär radiovågorna. Ganska snabbt tog därför myndigheter i olika länder kontroll över frekvensutrymmet genom olika licensförfaranden. Samtidigt samarbetade länderna i mellan för att bringa ordning i den gemensamma etern.

Rent tekniskt realiserades televisionen, det vill säga möjligheten att även överföra rörliga bilder med radiovågornas hjälp, bara några få år efter ljudradion. Men utvecklingsresurserna fokuserades under andra världskriget på den strategiskt viktigare radartechniken. Av den anledningen slog TV inte igenom förrän i slutet av 1940-talet.

Kort och gott kan vi säga att dom tekniska och ekonomiska förutsättningarna när det gällde först rundradio, och något senare televisionen, gjorde att inget land kunde släppa etern fri. Alla kunde i och för sig ta emot så fort dom skaffat mottagarapparater. Men alla kunde inte sända. Dels skulle i så fall radiovågorna dränka varandra. Dels kostade det en hel del att skapa program och sända dom. Dessutom var majoriteten av medborgarna lågutbildade med ringa tillgång till direkt kunskap om omvärlden. Broadcasting var alltså en renodlad massmedieutveckling, där några få kanaler kunde sända till i princip alla.

Födelsen av Public Service

Helt klart insåg statsmakterna i dom olika länderna att rundradio kunde erbjuda en fantastisk möjlighet att ena och bilda folket inom respektive nation. Samtidigt hade kommersiella entreprenörer fått upp ögonen för hur samma teknik kunde användas som ett nytt reklammedium. Hur rundradion skulle hanteras blev därför en mer eller mindre stor politisk fråga.

Det är omöjligt att här rättvist återge en balanserad redogörelse av både radions och televisionens teknikutveckling samt dom kommersiella och politiska ambitionerna längs vägen. I stället väljer jag att peka på dom stora dragen och återge ett par citat som visar på extrema synsätt snarare än att dom sammanfattar riktningarna.

Kraftigt förenklat kan vi säga att USA:s regering valde att finansiera och styra etermedierna genom ett kommersiellt drivet marknadssystem. Dom som hade (politiskt) rätt vilja och ekonomi kunde få sändningslicens samt finansiera verksamheten med stadsbidrag, donationer och olika former av reklam. Dom förra intäktskällorna var avsedda just för dom mer enande och utbildande kanalerna. Men det var som sagt ont om plats i etern och över tiden gavs mer och mer av licenserna till kommersiella aktörer som skapade vinster. Inledningsvis genom sponsring och infomercials, senare i form av reklamavbrott. Genren tvålopera är faktiskt döpt efter en form av sponsrad radioteater som bland annat det tvåtillverkande företaget Procter &

Gamble utvecklade på 1930-talet för att locka kvinnor till radioapparaterna. Reklamspottar var en senare typ av annonsering som inte slog igenom förrän på 1960-talet.

På ett politiskt plan kan man säga att USA drev en kommersiell rundradiolinje eftersom den visade sig vara ett värdefullt instrument för konsumtionsutveckling. Efter börskraschen 1929 ansågs radion kunna hjälpa till att få fart på försäljningen av dom varor som behövde gå åt för att fabrikernas hjul skulle rulla. På samma sätt kunde televisionen hjälpa till att få fart på ekonomin efter andra världskriget. I det oerhört populära TV-programmet Lucy Show (eng. I Love Lucy) fick medborgarna till exempel lära sig att man skulle röka cigaretter, använda tvättmaskin och inreda hemmet. Naturligtvis helst med sponsorernas märkesvaror.

Europa, och framförallt Storbritannien, valde dock att inledningsvis monopolisera såväl produktionen som distributionen av det eterburna materialet. Storbritannien delade inte ut några sändningslicenser. I stället fick deras postverk radioföretagarna att starta ett gemensamt bolag som döptes till British Broadcasting Company. Dess VD valde att se radion som ett bildnings- och civiliseringsverktyg för folket. Därav ”Public Service” – i publikens tjänst. Dag Björkegren, forskare i kulturekonomi, skriverⁱ:

”han ville inte låta företaget fungera som en spegel av ett mångfacetterat samhälle utan i stället bidra till skapandet av en nationell kultur, tillgängligt för alla”.

År 1926 omstrukturerades företaget och gavs namnet British Broadcasting Cooperation (BBC). Dess verksamhet finansierades genom en obligatorisk licensavgift på radioapparaterna. Något som skulle garantera ett oberoende mot såväl staten som näringslivet. Politiskt ville engelska makthavare alltså genom radion ena och bilda folket samt undvika att man fick en amerikanisering av nationen. De var samtidigt oroad för att etern skulle bli ett underhållnings- och reklammedium.

Redan 1929 började BBC experimentera med TV-sändningar. Det är intressant, om än anekdotiskt, att företags VD var skeptisk till att det populistiska och ytliga TV-formatet skulle vara lämpligt för folkbildning. I slutet av 1940-talet inleddes en öppen diskussion om det statliga etermonopolet. Ett resultat blev kommersiell TV i form av det regionala nätverket ITV (Independent Television) som inrättades 1954. ITV konkurrerade på några få år ut BBC när det gällde såväl intäkter som tittarsiffror. Vilket fick dom senare att börja agera mer och mer marknadsmässigt. På sätt och vis fick BBC redan då sin ”frihet” reducerad.

I Sverige bildades AB Radiotjänst av statsmakterna 1924 som ett offentligt radiosändningsmonopol. Modellen var den licensfinansierade public service-radion som Storbritannien utvecklat genom BBC. Detta skedde utan större debatt och med politisk enighet från höger till vänster. Björkegren citerar medieanalytikern Olof Hultén som beskriver synen på rundradion som mediumⁱⁱ:

”Att direkt, i hemmen, nå hela befolkningen med åsikter och information kunde bli farligt för den allmänna ordningen. Försvaret av god smak och familjelivets helgd talade likaså till förmån för noggrann offentlig kontroll”.

Vidare ansåg pressen att ett offentligt monopol var att föredra. Annars skulle tidningarna ju få konkurrens om både nyheter och reklamintäkter. Det förra löstes genom att Tidningarnas Telegrambyrå (TT), då Sveriges enda nyhetsförmedlingsbyrå, faktiskt fick monopol på att leverera nyheterna i den svenska rundradion. Den svenska radiokanalen blev två när P2 startade 1955. Och 1957 döptes AB Radiotjänst om till Sveriges Radio.

På 1950-talet ansåg flera aktörer i Sverige att TV-utvecklingen nått så lång i USA och Europa att det borde införas i Sverige. Bland annat Svenska Annonsörföreningen representerade ett stort intresse från näringslivets håll. Men utredningar visade att det skulle bli mycket kostsamt

med ett nationellt TV-nät. Till skillnad mot radions införande blev denna gång debatterna och utredningarna både hårda och långa. Dåvarande Radiotjänst ansåg att endast dom kunde garantera TV-program som tog hänsyn till kulturella världen och bildningsinsatser.

Efter flera års försöksverksamheter från både statsmakternas och näringslivets håll inleddes den svenska televisionen på allvar 1956. Det blev i form av det licensfinansierade monopolföretaget Sveriges Television som på egen hand skulle producera folkliga, neutrala och samhällsbildande TV-program utan kommersiell påverkan.

Public service (uppstog) bara i etern

Utan tvekan skapades alltså idén om Public Service utifrån ett behov av att via etern förse landets alla medborgare med en form av radio- och TV-program som idealt skulle folkbilda och ena dom. Vi måste också förstå att det var dåtidens tekniska, kunskapsmässiga och ekonomiska förutsättningar som lade grunden till en lösning som blev unik när det gällde etermedierna.

Vidare kan vi se att införandet av radio och TV blev olika, även om det skedde i demokratiskt styrda länder. USA valde en kommersiell inriktning samtidigt som Storbritannien utvecklade ett public service-system. Och det senare var den riktning som Sveriges statsmakter följde.

Det går inte att säga att public service gett bättre innehåll i etern än den kommersiella radion och TV:n. På ett plan är det ungefär som att säga att svenskt kaffe är bäst. Ett påstående som en italienare aldrig skulle hålla med om. Ens åsikter beror naturligtvis på vad man har lärt sig uppskatta. Och som regel är den attityden påverkad av vad man hört och sett via etern. Något som Sveriges Television på senare tid allt mer utnyttjar för att bilda tittarna när det gäller den egna verksamheten.

Tvärtom så tycker jag att om man renodlar motpolerna kommersiella respektive public service-program så har dom utvecklats varandra. Kommersiell TV från USA tvingade BBC att fokusera mer på vad medborgarna ville ha än vad statsmakterna ville leverera. Radio Luxemburg och piraten Radio Nord fick Sveriges Radio att utveckla sig åt ett mer populärt håll. Samtidigt har många programformat som utvecklats av public service-bolag inspirerat en utveckling av motsvarande kommersiella program.

Vi kan notera att dom olika nationerna inte skapat något som motsvarar Public Service när det gäller andra medier, som det tryckta ordet i form av böcker och tidningar. Eller ljud i form av skivor eller film på bio. Däremot så har dom flesta länder valt att med olika former av stöd finansiera samhällsviktiga institutioner och medier som inte alltid är direkt kommersiellt lönsamma. Om än långsökt, så har vi heller inte public service när det gäller mat, kläder eller möbler. Exempelvis i betydelsen av ”oberoende böcker som står fria från politiska och kommersiella intressen”. I stället har vi bibliotek, kulturbidrag, presstöd och lokaliseringstöd. Alltså, en bred skara producenter får ekonomisk hjälp.

Personligen är jag mest fascinerad av att datortekniken, och framförallt Internet, utvecklats utan att en motsvarande diskussion om public service kommit på fråga. Det har vare sig i USA, Storbritannien eller Sverige varit föremål för debatt om vem som ska få skapa innehåll på webben eller hur det kan få finansieras. Samtidigt har statsmakterna i Storbritannien och Sverige låtit public service-bolagen på egen hand producera och distribuera program på webben.

Nu är det nu – och inte som förr

I mitten av 1950-talet hade dom flesta svenskarna bara gått i folkskola och hade tillgång till endast en handfull radiokanaler och en TV-kanal. I dag är majoriteten av Sveriges befolkning

relativt välutbildad med access till ett globalt informationsutbyte på ett sätt som aldrig tidigare förekommit i mänsklighetens historia.

Numera kan i princip vem som helst utan större svårighet och till en låg kostnad producera text, ljud, bild, animationer och rörliga bilder. Speciellt gäller det den yngre generationen. Välutbildade medborgare kan också med hjälp av datorer, mobiltelefoner och webb 2.0-tjänster omedelbart publicera och konversera detta innehåll över hela världen. Det man inte har kunskap om går lätt att ta reda på via söktjänster eller genom att utveckla ny kunskap genom webbaserade tjänster.

Majoriteten av detta innoveras och finansieras av individer och organisationer som inte är samhällsfinansierade. På företagssidan handlar det i västvärlden om aktörer som Google, Microsoft, Wikipedia, MySpace, Lunarstorm, Habbo hotel, Facebook, Skype, Joost, Second Life, Tre, Six Apart, Automatic, Primelabs, Fon, YouTube, Bubblare och JayCut. Listan kan göras hur lång som helst.

Under tredje kvartalet 2007 växte i Sverige Internet om traditionell TV som ett medium för reklaminvesteringar. Allt detta kan tas som en illustration av att kommersiella och idéella aktörer på allvar söker sig fram i världens historiskt sett största förändring på det kommunikationstekniska området. Samtidigt verkar det som att politiska beslutsfattare undviker att ingående reflektera över hur denna utveckling proaktivt skall hanteras i ett samhällspolitiskt perspektiv. Det är om inte annat dags att ifrågasätta ett framtida behov av public service.

Den eventuella framtiden för Public Service

På ett sätt är fundamenten för Public Service snart försvunna. Viktigast är att det exploderande kanalutbudet och mottagarens valfrihet medför att inget medium längre når alla. Rent logiskt marginaliseras därför massmediet radio och TV. Definitivt när det gäller i betydelsen nå hela nationens befolkning. Samtidigt har kostnaderna för skapandet och överförandet av ljud och video drastiskt reducerats. Produktions- och distributionsbolagen växer som svampar över hela världen.

Vidare, medborgaren har blivit lika mycket sändare som mottagare. Hundratusentals lärare producerar idag TV-material för varandra via webben. Samtidigt skapar smarta lågstadieläroverportage från andra länder och poddsänder det för kompisar över hela världen. Dagens folkbildning sker allt mer genom att människor bildar varandra via ljud och bild. Inte bara svenskar emellan, utan det handlar om globala uppkopplade världsmedborgare som tillsammans vet mer än vad Utbildningsradion någonsin kan få grepp om.

Det är inte längre Sveriges Radio och Sveriges Television, utan online som dominerar kulturen. Speciellt dom nya generationernas. En statsmakt med nationsenande ambitioner måste helt enkelt söka nya vägar. Om inte annat så är det precis vad den kommersiella sektorn just nu gör för att bygga sina varumärken, åstadkomma önskade beteenden och leverera värdeskapande produkter. Begreppet ”Sociala medier” används allt mer för att markera det som ersätter massmedierna. Lösningen är knappast Public Service – i betydelsen ett av statsmakten instiftat system för att genom licensmedel finansiera produktion och distribution av innehåll som enar och bildar folket.

Kan det vara så att det finns nya behov som av nationella intressen behöver tillgodoses på ett sätt som marknadens krafter inte vill eller kan ta hand om? I så fall, vilka är förutsättningarna som påverkar vad statsmakten kan välja att göra. Och vilka är valen?

Trots allt befinner vi oss i en brytningstid. Det gamla, inklusive Public Service, försvinner inte över en natt. Men i stället för att fundera på vad nuvarande public servicebolag skall göra, borde vi låtsas som om dom inte fann. Och på så sätt öppna sinnet för helt nya möjligheter.

Samtidigt som jag skrev föregående stycke så sände SVT 24 Direkt från” Ett djur för livet - konferens om sällskapsdjur”. Varför har dom valt att sända just därifrån och varför gör dom det över huvud taget? Arrangörerna kan ju lika gärna webbsända på egen hand. Precis som många andra redan gör. På vilket sätt är det i nationens intresse att återge material från en djurkonferens och inte från alla dom 1000-tals andra möten som samtidigt pågår i vårt land?

ⁱ Dag Björkegren, Glädjens Mekanismer, s. 26 (Carlssons Bokförlag, 2001)

ⁱⁱ Björkegren, s. 92